



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Traducción e
Interpretación

Trabajo Fin de Grado

**Análisis, evolución e influencia del lenguaje
sexista en la actualidad: comparación en
los medios de comunicación y la publicidad
entre Alemania y España**

Estudiante: **Irene Bermúdez Velázquez**

Director: Prof. Dr. Pilar Úcar Ventura

Madrid, abril 2022

Dedicatoria

Quiero dedicar mis primeras palabras de agradecimiento a **Pilar Úcar Ventura**, no solo porque sin sus ánimos este trabajo de investigación nunca habría salido adelante, sino también quiero agradecer los valores personales que nos ha transmitido durante la clase de Lengua y literatura española, gracias por animarnos siempre y por hacernos creer que podemos llegar lejos si nos lo proponemos. Asimismo, también quiero agradecer a otros trabajadores de la universidad, como

A mi profesora **Ingrid Gil Sanromán**, muchas gracias por animarme siempre y apoyarme tanto a nivel académico como personal, por todos esos consejos que me has dado, sobre todo, en los momentos más duros de mi carrera, gracias por creer siempre en mí, eres un gran ejemplo a seguir tanto a nivel personal como profesional.

Otra profesora que me ha apoyado mucho a nivel personal ha sido **María Luisa Romana García** por el apoyo que me brindó en tercero de carrera, uno de los años más duros tanto a nivel personal como académico.

Quiero agradecer a **José Manuel Sabio Palacios**, por esa paciencia durante las clases de interpretación, gracias por inspirarme en la interpretación y enseñarme a afrontar retos sin miedo por muy difíciles que parezcan.

Además de eso, quiero agradecer a mi jefe de estudios **Pablo Biderbost** por todos esos valores que nos transmite cada día a los alumnos, especialmente quiero agradecerle una vez más todo el apoyo que me ha brindado a lo largo de la carrera, en especial en los momentos más duros, gracias por animarme siempre a seguir adelante con sus sabios criterios, creo que los alumnos tenemos una gran suerte de contar con un jefe de estudios como usted, que no solo es un gran profesional, sino también una gran persona.

Un profesor de comunicación que quiero agradecer mucho es a **Roberto Rodríguez Andrés** por transmitirnos esa pasión a las ciencias de la comunicación, gracias por inspirarnos a esta área, gracias a grandes profesores como él, muchos alumnos queremos dedicarnos a la comunicación, es un honor y un orgullo poder contar con grandes profesionales como usted, siempre con esa disposición a ayudarnos.

Otros de mis grandes profesores que me siento muy afortunada de haberlos tenido ha sido a **Santiago Urío Rodríguez** y a **Pedro Palencia Alacid** gracias por inspirarme a que en la vida se puede llegar lejos, a que en la vida no hay límites si uno no se limita, me siento muy afortunada de haber sido vuestra alumna.

Una gran profesional que también se merece su agradecimiento es **Olga Jiménez Carte**, coordinadora de Relaciones Internacionales de nuestra universidad, gracias por ser siempre una luchadora incansable, gracias por proporcionarme todas las oportunidades de prácticas internacionales, gran parte de la originalidad de mi Currículum te lo debo a ti.

Con referencia a nivel personal, quiero agradecer a todos mis amigos de Madrid por todo su apoyo tanto a nivel académico como personal.

En primer lugar, quiero agradecer a **Laura Alberich Arias** por ser una gran auténtica amiga, gracias por estar siempre en las buenas y en las malas, gracias por querer sacarme siempre una sonrisa y de preocuparte por mí, gracias por todos esos consejos y enseñarme a crecer a nivel personal, para mí eres más que una amiga, eres como una hermana mayor.

También quiero agradecer a **Paula García Baraibar**, gracias por apoyarme siempre tanto a nivel personal como académico, gracias por ayudarme también en los momentos difíciles, me siento muy afortunada y orgullosa de ser tu amiga, gracias por hacerme sentir parte de tu familia.

Otra gran amiga que quiero agradecer por todo su apoyo es a **Irene Terrés López**, gracias por ser siempre mi doble, mi confidente y mi alma gemela, gracias por todas esas locuras juntas, por todo ese apoyo personal durante mi época en Madrid y, por último, gracias por siempre tan auténtica, es un privilegio poder ser amiga tuya.

Una chica a la que también quiero agradecer, la cual apareció de mi vida por casualidad, es a **Elena Moreno Orejudo**, gracias por esas risas en la Comisaría de policía, gracias a ti ese momento difícil, se me hizo bastante ameno, me alegro muchísimo de haberte conocido.

Por último y no menos importante, quiero agradecer a **Clara Flor Samuel Cohen** una de las mejores amigas que he conocido por casualidad de la vida en buen día en un metro, gracias por apoyarme siempre y acogerme como si fuera parte de tu familia, gracias a ti sé que hay personas tan buenas como ángeles, gracias por no solo ser siempre una gran amiga, sino por ser como una hermana, me siento muy afortunada de tenerte en mi vida

Con referencia a mis amigos, quiero agradecer a **Miguel García de Castro**, gracias por ser un gran y auténtico amigo desde el primer día que empezó la universidad hasta quinto de carrera, gracias por todos esos momentos de risas y conversaciones inolvidables, me encanta tu forma de ser, nunca cambies.

Otro buen amigo es **Antonio Cervera Villanueva**, gracias por ser un amigo tan detallista y por todo tu apoyo.

Otro gran amigo que se merece su enorme agradecimiento es **Álvaro Gamboa Rodríguez**, nunca olvidaré esas risas en las clases de alemán, gracias por todo ese apoyo que me has brindado junto a Laura, Paula y Antonio, gracias por estar siempre conmigo en las malas, por animarme siempre cuando mi autoestima estaba por los suelos.

Además de todos mis amigos que he conocido durante mi etapa en Madrid, quiero agradecer también a la familia de **primo tercero Gonzalo Molina Ortiz** por su apoyo durante mi último año de carrera y gracias por esa invitación del sábado, me siento muy orgullosa de poder decir que pertenecéis a mi familia.

A parte de mis seres queridos madrileños, quiero agradecer a todos mis seres queridos de Murcia, la ciudad donde me he criado. En primer lugar, quiero agradecer a mis dos grandes amistades que me he llevado durante mi etapa del Instituto, gracias por haber permanecido en mi vida después de esa etapa y gracias por todos los ánimos que me transmitís desde la distancia.

Me gustaría agradecer a mi mejor amigo de Murcia, **Steeven Olaya Merino**, gracias por ser mi gran confidente, gracias por todos los consejos personales que me has dado, gracias por ayudarme, apoyarme y animarme siempre, por todas las veces que me lo paso genial quedando contigo, por todas las veces que te cuento mis penas y siempre has estado ahí para apoyarme y ver las cosas de otra manera, por todas las veces que me

asesoras en el área de tecnología, no sé qué haría sin ti, es un orgullo y un privilegio decir que eres mi mejor amigo.

Además de Steven, también quiero agradecer a mi mejor amiga de Murcia, **Laura Paredes de Turégano**, gracias por haber creído siempre tanto en mí como en nuestra gran amistad, por todos esos momentos increíbles que quedamos en Murcia, por ese gran fin de semana en la playa, por esas risas y momentos en la etapa del instituto, que me hace recordar lo mejor de esa etapa, me alegro de que tengamos esta amistad en la actualidad y espero que pueda seguir contando siempre con esta gran amiga murciana, que siempre ha estado conmigo tanto en las buenas como en las malas.

Otras dos personas que recuerdo siempre con cariño son **Carmen Robles Valdivieso y María José Meseguer Sánchez** gracias por esos momentos inolvidables en la Escuela de Idiomas de Murcia, gracias a vosotras se hacía la clase muy amena, nunca olvidaré esos momentos de la EOI de Murcia, me alegro mucho de haberos conocido.

Me gustaría agradecer de la misma manera a **Juan Del baño Pérez**, me siento muy contenta de que hayas aparecido en mi vida de la nada, gracias por todo el cariño y ánimo que me transmites, me encanta hablar contigo, gracias por toda esa alegría que me transmites, gracias por todo el apoyo que me brindas, por valorarme siempre mucho.

Así mismo también quiero agradecer a **Manuel Pérez Sánchez**, gracias por valorarme siempre como persona y por querer siempre mantener nuestra amistad a pesar de todo, quiero agradecer todos esos momentos cuando quedábamos en 4ª de carrera, gracias por animarme y creer siempre en mí. Me alegro de que te hayas cruzado en mi vida.

Para finalizar con la dedicatoria de agradecimiento, me gustaría agradecer a mi familia por todo su apoyo.

Quiero agradecer a mi **abuela Josefina Barnés Álvarez** por todo ese apoyo, cariño y admiración que me transmite, por todo su apoyo tanto económico como personal durante mi etapa de estudiante, gracias abuela, por confiar siempre en tu nieta, por defenderme siempre, por ayudar a mi madre a criarme, por ser siempre la luz que ilumina mi camino, por saber perdonar mis errores, por creer siempre y confiar en mí.

Además de mi abuela, también quiero agradecer tanto a **Lucas Valera** como a toda su familia, por acogerme siempre como un miembro más, por todo ese apoyo tanto a nivel personal como académico que me brinda, gracias por ser tan generoso conmigo, me alegro mucho de poder contar contigo tanto para las buenas como para las malas.

También quiero agradecer a **David Martínez Gracias, junto a Carmen y Martina** por creer siempre en mí, por apoyarme y animarme mucho tanto a nivel personal como académico y profesional, gracias por acogerme como si fuera vuestra hija y Martina su hermana, aunque no seas mi familia, para mí es como si lo fuerais por todo el amor que me transmitís.

Por último, quiero agradecer desde el fondo de mi corazón a **mi madre**, a la persona más importante de mi vida, a la persona a la que se lo debo todo, a mi mayor confidente, a la persona que nunca me ha fallado ni me va a fallar, a mi mejor amiga, a mi mejor hermana, gracias por no ponerme nunca límites, gracias por no ser nunca egoísta conmigo, por darme todo sin esperar nada a cambio y por querer siempre lo mejor para mí, aunque para ti supusiera un gran sacrificio no solo económico, sino también emocional, gracias por creer siempre en mí, gracias por darme todo, por dejarlo todo por mí, por entregármelo todo a mí, gracias por ser una gran luchadora, gracias por hacerme crecer, por defenderme, por darme tu apoyo siempre, por creer en mí, por tu amor infinito, por ser mi estrella fugaz, eres mi amor más grande, mi orgullo más inmenso, la mujer de mi vida. Te quiero mamá, te adoro y te amaré para toda la vida, nunca dudes de esto, aunque no te lo demuestre siempre ni te lo diga. Todo lo que tengo y lo que soy, es gracias a una madre modélica como tú, una madre única que muchas personas desearían tener, me siento muy afortunada de tenerte como madre.

Índice

1) FINALIDAD Y OBJETIVOS	8
2) INTRODUCCIÓN AL TRABAJO	9
3) MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	10
3.1 DEFINICIÓN DE LENGUAJE SEXISTA Y LENGUAJE INCLUSIVO	10
3.2 ORÍGENES DEL LENGUAJE SEXISTA E INCLUSIVO	12
3.3 IDEOLOGÍA POLÍTICA VERSUS NORMATIVA EN ESPAÑA.....	15
3.4 IDEOLOGÍA POLÍTICA VERSUS NORMATIVA EN ALEMANIA.....	17
3.5 NORMATIVA DE LA UNIÓN EUROPEA.....	21
3.5.1) <i>El Parlamento Europeo como órgano legislador</i>	23
3.6 LENGUAJE SEXISTA E INCLUSIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPAÑOLES	24
3.7 LENGUAJE SEXISTA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALEMANES.....	28
3.8 EVOLUCIÓN DEL LENGUAJE SEXISTA ESPAÑOL EN LA PUBLICIDAD DE LA DÉCADA DE LOS 80/90 HASTA LA ACTUALIDAD.....	29
3.9 EVOLUCIÓN DEL LENGUAJE SEXISTA ALEMÁN EN LA PUBLICIDAD DE LA DÉCADA DE LOS 80/90 HASTA LA ACTUALIDAD.....	32
3.10 COMPARATIVA ENTRE LOS DOS PAÍSES	33
3.11 CONCLUSIÓN DEL MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	35
4) METODOLOGÍA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
5) ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	38
6) CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	41
7) REFERENCIAS	43

Índice de figuras

FIGURA 1 ANUNCIO HUGGIES PAÑALES CAMPEONES & PRINCESAS.....	25
FIGURA 2 ANUNCIO KINDER SORPRESA NIÑO Y NIÑA	25
FIGURA 3 ANUNCIO PATITAS COLEGIO.....	26
FIGURA 4 ANUNCIO DE BEBIDA: ¿QUIERES DECIR QUE UNA MUJER PUEDE ABRIRLO?.....	29
FIGURA 5 ANUNCIO DEL CORTE INGLÉS 97% ENTREGADA, 3% EGOÍSMO 0% QUEJAS.....	30
FIGURA 6 ANUNCIO DE ÓPTICA ETNIA BARCELONA: CÓMPRATE UNAS GAFAS PARA MIRAR CHICHIS.....	31

1) Finalidad y Objetivos

Los objetivos y las preguntas de investigación de este trabajo de investigación son las siguientes:

- En español, se discute mucho sobre el género masculino como género neutro. Sin embargo, ¿qué pasa en una lengua, en la cual, hay tres géneros (masculino, femenino y neutro)?
 - ¿Qué relación tiene el ámbito político con el cambio lingüístico?
 - ¿Es la lengua la que discrimina o somos nosotros los que discriminamos?
 - ¿Cómo influyen los medios de comunicación en la transmisión de la lengua y en los pensamientos de las personas?
 - ¿Qué papel ha desempeñado la publicidad en los pensamientos de la sociedad?
 - ¿Cómo gestionan dos culturas diferentes un cambio lingüístico?

La idea original era enfocarlo desde otro punto de vista, es decir, no solo mirarlo desde el punto de vista español, ya que pienso que en España se ha generado un debate muy polémico desde la llegada de Podemos al gobierno. Sin embargo, al parecer en otras culturas no se le da tanta importancia a estos cambios lingüísticos como se le da en España. El objetivo es comparar cómo dos culturas diferentes están gestionando el lenguaje sexista e inclusivo. En este sentido, se pretende analizar el papel que desempeñan los aspectos culturales en la sociedad, es decir, cómo influye la lengua en la cultura. En español, se discute con frecuencia sobre el género masculino que también se considera el género neutro, pero ¿qué pasa en un idioma donde hay tres géneros masculino, femenino, neutro? La chica en alemán es neutral. No obstante, la 3ª persona del plural es femenino.

Otro aspecto que cabe destacar es que muchas veces se confunde el género biológico con el género neutral, por ejemplo, que la moto sea de género femenino es un tema lingüístico, pero la moto en sí no tiene género ni sexo.

En segundo lugar, quería analizar el lenguaje sexista e inclusivo a nivel internacional para entender su evolución, análisis e influencia. Para ello, se pretende investigar a nivel general las épocas de los años 80/90 hasta la actualidad, ya que pienso que en esa época fue cuando la sociedad empezó a ser consciente del machismo en la publicidad y en los medios de comunicación. Los medios de comunicación desempeñan un papel muy importante en la transmisión del lenguaje sexista e inclusivo son responsables de la imagen pública

que transmiten, que es el lenguaje que utilizamos. Así pues, los medios de comunicación son los que deben contribuir a luchar contra la discriminación por el sexo y al progreso de una sociedad más igualitaria. Además de los medios de comunicación, otro aspecto que se pretende investigar es la influencia que tiene la política en el lenguaje, la relación entre el cambio lingüístico y los ideales políticos (Salazar, 2008).

Para encontrar respuestas a las preguntas de investigación y los objetivos propuestos, se pretende recopilar la información de periódicos españoles y alemanes, guías de estilo de instituciones lingüísticas, además de realizar un cuestionario a Pilar Úcar Ventura para averiguar la opinión de una experta en lingüística. El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es poder generar mis propios datos e información de fuentes primarias. Para ello, tras haber estado en contacto por correo electrónico de manera fluida con Pilar Úcar Ventura, alrededor de 32 correos electrónicos para delimitar nuestro tema desde el 3 de marzo hasta el 17 de junio aproximadamente. A la vuelta de las vacaciones, tuvimos una reunión presencial en su despacho para definir los puntos del marco teórico y estado de la cuestión.

2) Introducción al trabajo

La lengua es la facultad que tiene el ser humano para expresar sus sentimientos y emociones, es una manera de cómo interpreta la humanidad la realidad. No obstante, no es la lengua la que cambia la realidad, sino la realidad la que cambia la lengua. Por lo tanto, cuando cambia una realidad, por consiguiente, cambia la lengua. Un buen ejemplo sería en la frase: «en el concurso de belleza de las fiestas participaron veinte jóvenes», pensará más bien en 20 mujeres que en 20 hombres. Sin embargo, en la frase «entre sólo tres policías detuvieron a los diez terroristas», por regla general se suele pensar más en hombres que en mujeres. Esto sucede porque en la realidad abundan más los concursos de belleza femeninos que masculinos, y porque hay más policías varones y terroristas que policías y terroristas mujeres, pues éstas son escasas. Así pues, nuestra lengua es un instrumento mediante el cual expresamos nuestros sentimientos, emociones, pensamientos sobre el mundo.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar en qué es a lo que nosotros llamamos el lenguaje sexista junto a sus orígenes. En segundo lugar, analizar la

ideología política frente a la normativa lingüística tanto en España como en Alemania. En tercer lugar, el objetivo es realizar un análisis sobre el lenguaje sexista e inclusivo en los medios de comunicación tanto españoles como alemanes. En cuarto lugar, se examinará la evolución del lenguaje sexista e inclusivo en la publicidad desde la década de los 80/90 hasta la actualidad tanto en España como en Alemania. Por último, se procederá a hacer una breve comparativa entre ambos países, finalizando con una conclusión general.

En primer lugar, se debe saber qué es lo que la sociedad entiende por lenguaje sexista, ya que este término se confunde con mucha frecuencia. Para ello, en primer lugar, se analizará la definición de lo que es lenguaje y, en segundo lugar, la palabra sexista según los datos de la Real Academia Española.

Para la palabra lenguaje, la RAE (RAE, s.f.) proporciona las siguientes entradas:

1. m. Facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros sistemas de signos.
2. m. lengua (l sistema de comunicación verbal).
3. m. Manera de expresarse. *Lenguaje culto, grosero, sencillo, técnico, forense, vulgar.*
4. m. Estilo y modo de hablar y escribir de cada persona en particular.
5. m. Conjunto de señales que dan a entender algo. *El lenguaje de los ojos, el de las flores.*
6. las flores.
7. m. Código de signos. *Lenguaje formal.*
8. m. Inform. Conjunto de signos y reglas que permite la comunicación con una computadora.

Y para la palabra sexista la RAE (Real Academia Española), proporciona la siguiente definición:

1. adj. Perteneciente o relativo al sexismo.
2. adj. Dicho de una persona: Que discrimina a otras por razón de sexo.

3) Marco teórico y Estado de la Cuestión

3.1 Definición de lenguaje sexista y lenguaje inclusivo

Tras haber analizado las definiciones que aporta la RAE, sobre lenguaje sexista e inclusivo, a continuación, se exponen otras definiciones interesantes de otras instituciones como, por ejemplo, la Fundación Cermi Mujeres.

Según la definición de esta fundación: «el lenguaje sexista o sexismo lingüístico es lo que se denomina uso discriminatorio del lenguaje por razón de sexo, ya sea debido a los vocablos o por la manera de estructurarlos» (Fundación Cermi Mujeres, 2018).

En la actualidad, desde los estudios de género se habla de otras identidades de género, que no son ni hombre ni mujer, sino identidad de género no binario, cuyas personas no se identifican ni con el género masculino ni femenino, sino con un tercer género o ninguno. Así pues, el lenguaje inclusivo o binario no directo busca maneras de que las personas que no se identifican dentro del binario (masculino y femenino) puedan sentirse nombradas. Es frecuente la confusión de los términos de lenguaje sexista e inclusivo, y aunque no se refieren a lo mismo, es cierto que tienen una historia en común. Así pues, según otro estudio de *Colombia Check*:

el lenguaje inclusivo no solo abarca el hecho de que las palabras masculinas tengan también una versión femenina, sino también trata de incorporar el género neutro para evitar el sesgo hacia un grupo en particular e incluir de manera equitativa a todos los hablantes de una lengua, es decir, que incluye también a aquellos que son transexuales o aquellos que no se sienten identificados con su género (Cruz, 2020 a).

Otro aspecto importante a definir es el llamado androcentrismo que se define «como la construcción gramatical, cultural y social en la que una lengua se expresa. En el caso del español, lingüísticamente sería el masculino genérico» (Cruz, 2020 b).

A menudo se suele acusar a la lengua española de ser machista, pero los filólogos saben que muchas de las decisiones lingüísticas se deben a motivos históricos o etimológicos o por otros motivos aleatorios, pero no por razones sexistas. Así pues, el mismo sistema que no ha podido dar duplicaciones como *corresponsal* o *corresponsala*, ha podido acoger sin problema *bailarín* o *bailarina*, *capitán* o *capitana* (Grijelmo, 2018).

Esa es una de las razones, por las cuales, la RAE defiende que no es necesario utilizar un lenguaje inclusivo, puesto que el género masculino engloba a todas las expresiones sin distinción de sexo.

Sin embargo, según una prestigiosa sociolingüista española y catedrática de filología inglesa llamada Mercedes Bengoechea, que «lo que no se nombra, no existe» (Bengoechea, 2011). Por eso, ha habido muchos movimientos lingüísticos para intentar cambiar el lenguaje. De tal manera, que ninguna persona se sienta discriminada por su género u orientación sexual. Para ello, se han propuesto varias alternativas, algunas de ellas son las siguientes:

Una de ellas era poner la «x» como por ejemplo: *ministrx*, la x se leería como

la

«e». Otro ejemplo sería como todos, masculino, y todas, femenino poner todes en neutro. En este caso, se podría incluir a toda la humanidad. Otra de las alternativas que se planteó fue el uso del @ que incluiría a los hombres y a las mujeres, pero no a las personas transexuales. Sin embargo, se ha planteado que esta alternativa no solucionaría el problema a nivel oral (Alemany 2019).

Por último y no menos importante del primer apartado, otro de los grandes malentendidos es la diferencia entre género y sexo. El género incluye el femenino, masculino y neutro, mientras que la biología solo abarca el femenino y el masculino, sin excluir el sentimiento de cada uno. Pues, una silla tiene género, pero no sexo. También es importante no confundir los distintos tipos de género, como el género gramatical (categoría que se aplica a las palabras), el género como constructo sociocultural (roles, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad concreta determina en una época específica lo que considera apropiados para los seres humanos de cada sexo) y el sexo biológico, se podría definir como el rasgo biológico propio de los seres vivos) (Lomotey, 2015 a).

3.2 Orígenes del lenguaje sexista e inclusivo

El término sexismo tiene su origen en 1960 en la lengua inglesa. No obstante, en el año 1907 la investigadora Käte Schirmacher utilizó este concepto en una revista de la reforma de la ética sexual, lo cual, lo identificó como «prejuicio en la lengua». Sin embargo, Schirmacher hablaba sobre el «sexismo masculino» (Grin, 2009 a).

García Meseguer distingue entre sexismo social y sexismo lingüístico, aunque ambos están enlazados. Se refiere a que cuando hay discriminación en la pertenencia a género en el significado, es decir, en el contenido de lo que se quiere transmitir debido a las palabras usadas. Se debe a la mentalidad de los hablantes, porque son los hablantes los que forman la lengua (García Meseguer, 1994, pág 26).

Según las definiciones de la Real Academia Española y otros diccionarios españoles y alemanes se ha llegado a la conclusión de que el sexismo hace referencia a la discriminación. En otras palabras, perjuicio de las personas por su género. Por regla general, sucede los acontecimientos sexistas contra las mujeres. No obstante, también hay discriminación contra los hombres, los homosexuales y los intersexuales. El concepto

«sexismo lingüista» es el resultado del sexismo social y se refiere a la discriminación de personas a través del lenguaje. Así pues, me gustaría investigar sobre

qué es realmente el lenguaje sexista y qué papel desempeña en la sociedad. (Grin, 2009 b)

A lo largo de la historia, a nivel global se ha considerado que la mujer estaba por debajo del hombre. Por eso, por norma general, se ha considerado que el lenguaje ha sido machista, ya que las culturas en general, lo han sido también. Por tanto, la mujer siempre ha estado en un segundo plano en los medios de comunicación, en la publicidad, en los aspectos culturales. Un buen ejemplo, sería el género de las profesiones, como decir piloto/ mujer piloto, médico/médica, para muchos les resulta extraño y dicen que suena mal, una explicación de muchos investigadores es que la mujer ha estado durante muchos años privada para la vida de la casa y el hombre era el que salía a trabajar, él era el que tenía que sustentar una familia, pues al varón siempre se le ha visto como el fuerte de la familia. Mientras que a la mujer se la ha visto como una florecilla dulce que hay que proteger. Así pues, un lenguaje expresa la cultura de sus hablantes (Beile, 2021).

Una creencia popular es que los movimientos del lenguaje inclusivo y sexista empezaron hace poco. No obstante, como se ha mencionado en el párrafo de arriba, su origen tanto a nivel de España como internacional proviene de la segunda ola del feminismo, que empezó a principios de los años 60 hasta finales de la década de los 80 (Machuca, 2021). Surgió un movimiento feminista en los países occidentales y en América del Norte tras la primera guerra mundial, pero era muy débil, por tanto, las organizaciones se disolvieron. Cuando las mujeres empezaron a incorporarse al sector laboral, se sentían discriminadas debido a la fuerte jerarquía. De esta manera, fue cuando empezaron las protestas en Europa occidental y en América del Norte como la lucha por los derechos de los ciudadanos con los movimientos estudiantiles. Se trataba de temas importantes como la guerra de Vietnam, los derechos de la población de color en Estados Unidos, la crítica a una sociedad consumista. Las mujeres que se involucraron en estos movimientos sentían la contradicción entre la protesta de emancipación de los movimientos y el lugar que ocupaban en las organizaciones denominadas por los hombres. Ellas se sentían que no tenían ni voz ni voto, se consideraban como trabajadoras no cualificadas y a menudo sufrían de abuso sexual. Todo ello, provocaron reacciones en asociaciones de estudiantes como, por ejemplo: la Students for a Democratic Society (SDS) en Estados Unidos. Al mismo tiempo, nació un movimiento de liberación en la República Democrática Alemana, en la cual surgió la Unión de Estudiantes Socialistas Alemanes (SDS), además del Consejo de Acción para la Liberación de la Mujer. En 1970, un movimiento estudiantil de izquierdas de la República Democrática Alemana consiguió el aumento de mujeres en las universidades.

Un aspecto importante a destacar es que con el Nacionalsocialismo en Alemania se terminó el movimiento feminista, algunas mujeres se unieron a la organización Nazi de mujeres, otras se fueron al exilio y fueron perseguidas. En 1968 resurgió un nuevo movimiento cuando las chicas estudiantes empezaron a ser independientes.

De ahí, surgió una conciencia lingüística del lenguaje dominado por el género masculino. Otro movimiento que tuvo mucho poder fue la regulación del lenguaje en el diccionario. Académicos como Kramarae (1992), Pusch (1984) y Yaguello (1978) identificaron el sexismo en prácticas lexicográficas, sobre todo en versiones más antiguas en diccionarios de inglés, alemán y francés, las obras de los mejores autores masculinos fueron una fuente importante de definiciones de diccionario de palabras. De hecho, eran escasas las publicaciones por mujeres o las publicaciones orientadas a mujeres (especialmente las revistas para mujeres) (Lomotey, 2015 b).

Todos estos prejuicios provocaron que las mujeres reaccionaran como transgresoras de las normas y reglas establecidas, unos buenos ejemplos serían: el uso de ella como pronombre de sexo indefinido y en alemán se introdujo la palabra *Herrlein* (que de manera literal significaría «hombrecito») para igualarlo con *Fräulein* que era un término para referirse a una mujer soltera, joven y sin hijos.

A partir de esa época, fue cuando el género femenino empezó a cobrar fuerza, como por ejemplo, en algunos sustantivos femeninos como presidenta o médica y empezaron a aparecer las primeras publicaciones de la existencia del sexismo en la lengua, como por ejemplo: Densmore (1970), Greer (1971), Miller and Swift (1972) One (1971) y Toth (1970) (Lomotey, 2015 c).

Además de eso, también aparecieron a mediados de los años 70 varias guías de estilo para evitar el lenguaje sexista como, por ejemplo: McGraw-Hill Book Company (1974) y *American Psychological Association*. Investigadores de varias disciplinas enfocaron su atención al lenguaje sexista en respuesta a las guías que habían propuesto las asociaciones profesionales. Los primeros estudios académicos sobre lenguaje sexista y temas relacionados se encuentran en una bibliografía de Henley y Thorne (1975) (Lomotey, 2015 d).

Aquella segunda ola feminista tenía como objetivo visibilizar a la mujer a nivel social. De ahí fue cuando también surgió el lenguaje inclusivo para la diversidad de género y fue cuando el movimiento feminista se unió a la comunidad LGBTIQ+, la cual, empezó a usar el lenguaje inclusivo tanto no sexista como binario.

3.3 Ideología política versus Normativa en España

El lenguaje no es solo una manera de expresar nuestros sentimientos o pensamientos, sino también es una construcción social que crea realidades e identidades. Por esa razón, tanto a nivel político como a nivel social se habla mucho del lenguaje inclusivo, porque este lenguaje pretende reflejar la realidad para el grupo LGBT. Además de los constantes cambios sociales, también se debate bastante en el mundo académico. Hay académicos que defienden que la lengua en sí no es sexista, sino el uso del que los hablantes hacemos de ella es sexista, siguiendo esta corriente de pensamiento. Esta corriente defiende que, a través de un cambio en una sociedad más igualitaria, se reflejará en nuestra forma de hablar, por consiguiente, en la lengua. Sin embargo, también se encuentra la hipótesis de Sapir y Whorf, que sostiene que la lengua que hablamos nos transforma nuestra visión de la realidad, nuestros pensamientos, creencias, valores etc. Esto se puede equiparar con la analogía del cine, pues el cine, por un lado, refleja nuestra forma de vivir, ha sido nuestro instrumento para comunicarnos y expresarnos, pero, por otro lado, también transforma nuestras percepciones (González, 2022). En cuanto a la normativa vigente en España, en la actualidad existe la Ley Orgánica 3/2007 del 22 marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la cual defiende implantar un lenguaje no sexista para el fomento de las relaciones culturales, sociales y artísticas, se trata de integrar el lenguaje no sexista para el fomento de las relaciones tanto sociales, culturales como artísticas.

El primer partido político en apoyar el lenguaje inclusivo fue Unidas Podemos, ya que optaron por el femenino plural o la doble fórmula en sus intervenciones parlamentarias. Según el protocolo de su partido, hay que usar términos que apelan a la colectividad, como, por ejemplo: el profesorado, el alumnado o ciudadanía e incluso se ha llegado a debatir una reforma constitucional (Marcos, A. Centenera, M. 2019). Sin embargo, Vox rechaza el lenguaje inclusivo (Andalucía europa press, 2019). Palabras literalmente de Moltó, el Consejo de Educación de Andalucía, el uso de un lenguaje inclusivo y no sexista para visibilizar de manera equitativa tanto al hombre como a la mujer, evitando la utilización de masculinos genéricos para incluir al hombre y a la mujer.

Un dato curioso es que según un artículo de Jesús Asensi de la revista *Magisterio*, la ideología no pretende ver las razones del otro, sino que trata de imponerse, excluyendo a los que tienen una opinión distinta, por esa razón, se podría deducir que, si toda la igualdad es una ideología, ésta se está imponiendo en el sistema educativo a la vez que está dejando de lado el sentido común. Según este artículo, en algunos centros educativos hay comisiones de igualdad que se encargan de controlar que no se utilice a lo que ellos

consideran el lenguaje sexista oponiéndose a la normativa de la Real Academia Española. Este hecho ha llevado a que, por ejemplo, dos de tres miembros de un tribunal de una tesis criticaron el uso del lenguaje sexista en la redacción de una tesis, incluso en la presentación de algunas conferencias en determinadas jornadas académicas ya se incluye y se anima a los profesores en algunas universidades a utilizarlo en sus clases (2020).

Ante tanta duda, la Fundación Instituto Internacional de la Lengua Española (FIILE) junto con la Fundación del Español Urgente ha desarrollado un programa que pretende impulsar el uso correcto del español. Según Juan Mascardi, coordinador del programa y licenciado en Comunicación Social, defiende que son los hablantes los que deben tomar este tipo de decisiones, pues este debate es un exceso del plano de las normas, que consiste en un uso político y transgresor de la lengua. Según él, las instituciones no deben censurarlas, sino más allá de informar de las normativas lingüísticas vigentes, se debe proporcionar alternativas dentro de la norma. También piensa que la lengua no necesita ni defensa ni protección frente a posicionamientos políticos, aunque el hecho de ser conscientes de las palabras que usamos supone un gran avance en comparación con tiempos anteriores. No obstante, también existe la preocupación de si esto va a perdurar en el tiempo o solo va a ser una moda pasajera. Estos cambios han causado mucha polémica en los medios de comunicación y los periodistas han empezado a plantearse estas cuestiones. Instituciones como la Fundéu Argentina proporciona recomendaciones, siempre basadas en fuentes académicas (Chorny, 2017).

Según el escritor Álex Grijelmo, una reforma constitucional tendría un valor simbólico a favor de la igualdad, pero carece de efectos jurídicos. Uno de sus libros más importantes es: *Propuesta de acuerdo sobre el lenguaje inclusivo*. En este libro se pretende encontrar un punto común entre ambos puntos de vista, que trata del origen de los géneros que proviene del indoeuropeo. Así pues, se puede comprobar que no fue por ninguna orden ni designio de los varones, sino que surgió de la necesidad de marcar lo femenino, de visibilizar a las mujeres tanto entre los humanos como en los animales, de ese modo que había antes para todos los seres humanos animados derivó del masculino. También destaca que hay lenguas que tienen el femenino como genérico y otras que no tienen género y no por eso corresponden a sociedades más igualitarias. Las duplicaciones o dobles han estado siempre en la lengua española en buena parte del siglo XII, un buen ejemplo sería: *Exien lo ver mugieres e varones, burgeses e burguesas por las finiestras son*. Sin embargo, aquella época no era una sociedad que no se caracterizaba por ser muy feminista (Fundéu RAE, 2019).

Una de las conclusiones que se puede deducir de aquí es que los partidos políticos de izquierda son los que están más a favor de estos cambios lingüísticos y no les importa romper con la tradición cultural y lingüística, mientras que la derecha es más conservadora (funespaña, 2020).

3.4 Ideología política versus normativa en Alemania

El lenguaje inclusivo tuvo su gran avance en 1980 con la publicación de la revista académica *Linguistische Berichte Braunschweig*, se considera la primera guía de lenguaje inclusivo en alemán. Esa es la razón, por la cual, muchas entidades tanto públicas como privadas hacen uso de este tipo de lenguaje (Mas, 2021 a).

Por el contrario, el Consejo de Ortografía Alemana no admite los cambios tipográficos propuestos del lenguaje inclusivo.

A pesar de que en Alemania hay un artículo 3, párrafo 2 de la Constitución alemana desde 1994 en el que establece que los hombres y las mujeres tienen los mismos derechos. No obstante, las mujeres han tenido que seguir luchando por sus derechos de manera constante a lo largo de la historia, por ejemplo, desde hace dos años podrían tomar acciones legales para defenderse del acoso sexual físico, a finales de junio 2017 se aprobó en el parlamento alemán, el matrimonio para todos (Mas, 2021 b).

El movimiento *#MeToo* también ha influido bastante en la sociedad, en los medios y en la política a nivel mundial. Es importante destacar que también ha habido movimientos en contra de esta emancipación de la mujer, los términos que lo describen son antifeminismo, misoginia, sexismo y antigenerismo (Schmincke, 2018). En Alemania al igual que en España, hay partidos más conservadores que se consideran los partidos de la derecha y otros que se consideran más progresistas y por tanto, se consideran los partidos de la izquierda (Bolívar, 2019). Resulta complicado comparar la cultura entre distintos países y culturas, ya que cada cultura tiene sus valores y su propia manera de ver el mundo. Por esa razón, no siempre es fácil establecer equivalencias entre partidos políticos. Sin embargo, para explicarle a un ciudadano español que desconoce la política en Alemania, se podría decir que CDU (Unión Democrática Cristiana de Alemania) que su referente español sería el PP (Partido Popular) es decir, un partido de centro derecha, el partido AfD (Alternativa para Alemania) su referente español sería VOX extrema derecha, entre los partidos de izquierda se encuentran SPD (Partido Socialdemócrata de Alemania) cuyo referente español sería PSOE (Partido Socialista de Obrero Español) que se consideran partidos de centro izquierda y en la extrema izquierda se encontraría Podemos en España y

die Linke. Además de eso, también se encuentra Alianza 90/Los Verdes conocido como *die Grünen*, este partido tiene también mucha representación en Alemania, al contrario que los partidos ecologistas/animalistas españoles. Un buen ejemplo de uno de ellos sería el PACMA (Partido Animalista Contra el Maltrato Animal). El tema del lenguaje sexista e inclusivo también es muy discutido a nivel político. De manera resumida se podría constatar que los partidos de derechas se muestran reacios al cambio, al contrario que los partidos de izquierda que, por norma general, suelen defender este cambio lingüístico (Scholz, 2021).

De hecho, un dato curioso es que cuando el Parlamento de la Unión Europea publicó un folleto sobre «Uso del lenguaje con equidad de género» cuyo fin es servir de guía para los intérpretes y políticos con el objetivo de evitar en la medida de lo posible expresiones y formulaciones sexistas en documentos oficiales. Markus Pieper, eurodiputado de la CDU, se mostró indignado ante este cambio.

Tal y como se refleja en sus publicaciones, el Parlamento ha buscado palabras, que pueden interpretarse como unilaterales, discriminatorias o despectivas. En algunos idiomas, como es el caso del alemán contienen el elemento de hombre, es decir, *-mann* en alemán para referirse tanto a hombres como a mujeres, como por ejemplo policía (Polizeimann) y se opta por oficial de policía (Schiltz, 2009 a).

Hay políticos en Alemania, como puede ser el presidente regional de la región de Baviera, Markus Schröder, que se opuso a la expansión del lenguaje inclusivo de género. No obstante, quiso manifestar su apuesta por la igualdad de género, según él, no quería sobrecargar el lenguaje. En Alemania, el partido de extrema derecha AFD (*Alternative für Deutschland*) rechaza las medidas para la igualdad de género. Un dato curioso es que el discurso de género de la extrema derecha se relaciona de muchas maneras con el tema del islam. Cuando mujeres políticas, periodistas, investigadoras apoyan la acogida y la integración de los refugiados e inmigrantes o incluso si provienen de familias inmigrantes son humilladas de manera vulgar y machista.

En 2005, una mujer divorciada del Este de Alemania tomó el cargo de canciller del país. Por consiguiente, se convirtió en una de las mujeres políticas más poderosas del mundo, por esa razón, en múltiples ocasiones ha sido considerada como precursora del feminismo. No obstante, la pregunta que se plantea a continuación es esta mujer llamada Angela Merkel: ¿Ha luchado realmente la canciller Angela Merkel por la igualdad de género?

Angela Merkel, también ocupó el cargo de «ministra de la Mujer» le resultó muy

difícil durante mucho tiempo la política de igualdad, según Jacqueline Boysine, puesto que ella también quería que los hombres la votasen. Además de eso, para poder seguir en el poder necesitaba el apoyo de su partido, el cual era conservador y el feminismo no pertenecía a su agenda política. Durante años, su partido ha defendido la imagen de la familia conservadora, es decir, el hombre va a trabajar, gana dinero y la mujer se encarga del cuidado del hogar y la familia. No obstante, ella al haber crecido en la República Democrática Alemana (RDA) considera normal que las madres tengan descendientes y vayan al mismo tiempo a trabajar (Semenova y Eudokimova, 2021 a).

Así pues, le costó reconocer durante mucho tiempo que era feminista. En una de sus declaraciones de este año 2021 admitió que cuando ella entró en 1990 en la política, pensó que todo iba a ser más fácil.

Durante su mandato de casi 16 años junto con la coalición de los otros partidos, han entrado nuevas leyes en vigor, que contribuyeron a la imagen de una familia más moderna, se introdujeron la baja por paternidad, se construyeron más guarderías en todo el país y leyes para facilitar a las madres jóvenes regresar al mundo laboral, se invirtió más en las llamadas «casas para las mujeres», la lucha por la desigualdad de los salarios entre hombres y mujeres. No obstante, Franziska Brantner, política del partido verde alemán y del Parlamento Europeo, dijo en una entrevista para el medio de comunicación DW que ella como primera canciller y con todo el poder e influencia que poseía, podría haber llegado mucho más lejos. Por tanto, se podría considerar a Angela Merkel como una precursora del feminismo, pero conservadora (Semenova y Eudokimova, 2021 b).

En la lengua alemana, la política lingüística en cuanto a la igualdad de género conlleva varios problemas estructurales, las categorías de género, la pronunciación y los procesos de formación de palabras. En el plano semántico, no sólo se trata del significado de las unidades léxicas, sino también sobre las posibilidades semánticas/referenciales de los nombres personales alemanes en general. Además de que Alemania cuenta con una tradición muy conservadora en cuanto a la política lingüística, cuyo fin es proteger la lengua frente a la influencia de otras lenguas (Küpper, 2018).

No obstante, los cambios lingüísticos en la lengua alemana han afectado especialmente al público, es decir, en formularios, anuncios de trabajo, textos legales. En general, se puede observar que en los medios impresos de todas las directrices políticas cada vez hay más usos para referirse al género femenino. Este cambio también se debe a la variedad de guías de estilo publicadas por diversas instituciones, universidades, asociaciones, editoriales. Un buen ejemplo que merece la destacar es el informe del Grupo

de trabajo instituido por el Gobierno Federal sobre lenguaje jurídico alemán (FRG) en 1991 que luchan por adoptar el principio de la visibilidad lingüística de las mujeres (Hellinger, 2000 a).

De momento, pocos municipios de Alemania han adoptado el lenguaje inclusivo, sin embargo, es una decisión política, y hay tres partidos con tres resoluciones oficiales distintas como son los Verdes, que introdujeron el lenguaje inclusivo en 2015, la Izquierda en 2017 con asterisco de género y la Alternativa para Alemania (AFD) rechaza este cambio lingüístico. Los partidos de FDP, el SPD y la CDU no lo quieren imponer, sino que quieren dejar como decisión voluntaria (Schiltz, 2009 b). Según Christoph Ploß, diputado del *Bundestag* y líder de la Unión Cristiano Demócrata (CDU) prohíbe el uso del lenguaje inclusivo en instituciones públicas y piensa que tanto los docentes como funcionarios no debería utilizarlo (Mas, 2021 c).

En los programas electorales de los partidos, se puede reflejar como la mayoría de ellos prefieren quedarse al margen, sin embargo, es un tema muy debatido en los medios de comunicación. El partido de extrema derecha se ha pronunciado en contra, presentando mociones para prohibir el lenguaje inclusivo y sexista en materiales impresos y textos legislativos. De hecho, actualmente una de las mociones se está debatiendo en la Comisión de Reglamento. (Hellinger, 2000 b)

La asociación de la Lengua Alemana con más de 36.000 miembros y desde marzo de 2019 alrededor de 73.000 personas firmaron un llamamiento para poner fin a los cambios lingüísticos por el género defiende que el lenguaje no sexista e inclusivo dan lugar a una abundancia de estructuras lingüísticas ridículas. De hecho, en el diccionario, no está reconocido el asterisco de género.

A pesar de esta resistencia, ha surgido una conciencia sobre este tema en instituciones políticas, públicas, universidades y muchas empresas. El asterisco de género

* se ha vuelto común en algunos contextos entre la palabra raíz y la terminación femenina. No obstante, el asterisco no es la única alternativa equitativa al género, también se encuentra la raya.

Un aspecto curioso es que Hannover, una ciudad situada al norte de Alemania, fue la primera ciudad alemana en introducir un lenguaje sensible al género en su administración y desde entonces se ha estado comunicando con sus ciudadanos de esa manera (Hellinger, 2000 c).

3.5 Normativa de la Unión Europea

Como ya se ha mencionado en el apartado de Ideología Política versus Ideología

alemana, el Parlamento Europeo ha elaborado guías para adoptar una mayor visibilidad a otros géneros.

A nivel internacional, merece la pena destacar la labor del Parlamento europeo, ya que en 2008 fue cuando adoptó orientaciones lingüísticas hacia un lenguaje neutral con referencia al género. La institución ha solicitado a los servicios del Parlamento orientaciones y consejos sobre el uso de un lenguaje equitativo en cuanto al género, muchos estados miembros han debatido sus políticas lingüísticas y han propuesto sus orientaciones. La razón principal es que el principio de igualdad y de no discriminación en cuanto al género está arraigado en la Carta de Derechos fundamentales de la Unión Europea y en Tratados (Papadimoulis, 2018 a).

Así pues, no se les obliga a los autores de los documentos del parlamento europeo a utilizar el lenguaje neutral, pero si se les sugiere a los servicios administrativos a tener en cuenta esta sensibilidad a la hora de redactar, traducir o interpretar (Papadimoulis, 2018 b).

En el caso de las traducciones, debe siempre reflejar la intención del autor y traducirlo de una manera exacta y fiel a su propia lengua. Por eso, es muy importante que los autores siempre sean conscientes del lenguaje neutral en cuanto al género (Papadimoulis, 2018 c).

En el caso de la interpretación, es verdad que son conscientes de los principios del lenguaje neutral y también les forman para ello, pero debido a la rapidez de los discursos, a la necesidad de respetar el texto original y las intenciones del orador, dificulta la incorporación del lenguaje neutral (Papadimoulis, 2018 c). Estas orientaciones reflejan al parlamento europeo en dos rasgos, el primero como contexto multilingüe, el segundo como órgano legislador.

En el contexto multilingüe, el principio de neutralidad en el lenguaje implica la adopción de distintas estrategias en las diversas lenguas oficiales dependiendo de sus características gramaticales.

Se pueden distinguir tres grupos de categorías gramaticales:

- **Lenguas con marca de género**, como es el caso del alemán, las lenguas románicas y las lenguas eslavas. Estas lenguas tienen como característica que tanto el género gramatical como el género de los pronombres tiende a coincidir con el género del sustantivo. Uno de los movimientos que se promueve en estas lenguas es la llamada, «feminización» sobre todo para cargos profesionales, puesto que tradicionalmente las

ocupaciones profesionales han sido en su mayoría gramaticalmente masculinas excepto en los puestos de trabajo por tradición ocupado por mujeres como, por ejemplo, enfermera que tanto en inglés como en alemán son gramaticalmente femeninos (nurse, Krankenschwester). Por lo tanto, siempre ha habido una sensación muy fuerte de discriminación. Por esa razón, se ha comenzado a crear equivalentes femeninos para casi todos los cargos profesionales.

- **Lenguas con género natural**, como el sueco, inglés y danés. En estas lenguas, los sustantivos que designan a personas tienden a ser neutrales con referencia al género. Por esa razón, se suele utilizar la neutralización. Dicho de otra manera, se trata de utilizar términos que no especifican el género. Un buen ejemplo sería decir: *police officer*, en vez de *policeman* o *policewoman*. Esto ha llevado a que desaparecieran antiguas formas femeninas para convertirlas en Unisex.

□ **Lenguas sin marca de género**, como el estonio, el finés y el húngaro, en cuyas lenguas no existe ni género gramatical ni pronominal. Por ello, una estrategia inclusiva en cuanto al género no es necesario para estas lenguas excepto en algunos casos (Papadimoulis, 2018 d)

3.5.1) El Parlamento Europeo como órgano legislador

Es cierto que el Parlamento Europeo (europeo) al igual que muchos órganos legislativos han adoptado recomendaciones para utilizar un lenguaje inclusivo en cuanto al género. Sin embargo, esta sensibilidad con referencia al género también depende del registro y del tipo de texto que se trate. En virtud de ello, es responsabilidad de los autores de velar por la visibilidad de todos los géneros.

Por este motivo, se han adoptado aspectos comunes a la mayoría de las lenguas, aunque varían de una lengua a otra.

En primer lugar, **el uso genérico del género masculino**. Se trata de utilizarlo como forma inclusiva y genérica, mientras que el femenino se considera que incluye solo a las mujeres. Aunque esta utilización genérica se concibe como una discriminación contra las mujeres.

Otro de los aspectos más importantes a considerar es que se debe desincentivar el equivalente del término inglés «man» en expresiones que se refieren tanto a hombres como a mujeres como por ejemplo: *manpower*, *man-made* o *committee of wisemen*. Por ello, se necesita una mayor concienciación dichas expresiones neutrales.

En segundo lugar, se trata de los **nombres de profesiones y cargos**

Las lenguas con género natural y lenguas sin marca de género usan términos genéricos, mientras que en las lenguas con marca de género se usa la forma masculina. No obstante, si la orientación sexual es relevante el tema del que se trate o si hace referencia a personas concretas, entonces se deben utilizar términos específicos en cuanto al género. Pero, los puestos de vacantes se deben redactar de forma inclusiva para apelar a todas las candidaturas.

En tercer lugar, se encuentra **el uso de tratamientos**

En algunas lenguas como el francés *Madame* o *Mademoiselle* o el alemán *Frau* o *Fräulein* tenían tratamientos que indicaban el estado civil de la mujer a la que se referían. Esto está cambiando a lo largo de los años y se está retirando estos tratamientos en las administraciones. En el parlamento europeo se utiliza el nombre completo de la persona para sustituir los tratamientos de señor, señora, *frau*, *monsieur*, *madame*.

A modo de conclusión, el Parlamento Europeo es una institución impulsadora del uso de un lenguaje sensible a la igualdad de género y a la no discriminación. Así pues, debido a que hay numerosas lenguas y culturas que se representan en el parlamento, no hay una solución universal para todas y se deben adoptar medidas según el contexto específico, los parámetros lingüísticos y culturales correspondientes (Papadimoulis, 2018 e).

3.6 Lenguaje sexista e inclusivo en los medios de comunicación españoles

Los medios de comunicación desempeñan un gran papel en la imagen pública que transmiten de la mujer y en la construcción de la sociedad y de identidades a través de nuestra lengua, que es el espejo de nuestra sociedad ya que el lenguaje puede discriminar la imagen de la mujer o puede fomentar el avance de la igualdad para modificar los conceptos y crear nuevas representaciones de la realidad (Pérez, 2012). Por esa razón, es importante que los periodistas estén concienciados de la evolución lingüística. No obstante, cuando se trata de un cambio en la sociedad, suele implicar rechazo y resistencia, puesto que las costumbres están arraigadas en la cultura durante mucho tiempo. Sin embargo, el lenguaje está en constante cambio conforme van pasando las nuevas generaciones y conforme va cambiando la visión de la realidad a través de la sensibilización social. Así pues, la lengua es lo que crea la realidad y la realidad crea a la lengua. Sin embargo, las

mujeres y los hombres no tienen el mismo trato en los medios de comunicación y suelen reflejar los roles tradicionales de género. Los medios de comunicación se centran con frecuencia en centrar en asociar y representar el cuerpo de la mujer y su belleza, esto explica que la mujer ha sido educada en “otredad” es decir, tiene que gustar a los demás. Normalmente aparecen representados en el ámbito privado, en el cuidado del hogar, de los hijos e hijas, para publicitar productos de belleza y de higiene, es decir, aparecen representadas como elementos decorativos. Las mujeres tienen menos presencia en el ámbito político, solo un 30% de puestos de cargos directivos y responsabilidades son ocupados por mujeres (Martínez, 2010). Por regla general, los hombres tienden a tener un mayor poder adquisitivo, por eso, los productos caros suelen ir dirigidos a los hombres y los productos menores suelen ir dirigidos a mujeres, pues tradicionalmente son las que han ido más a hacer la compra. Por todas estas razones, es esencial incrementar la presencia de la mujer en el ámbito público, tal y como lo señala en el informe de 2006 del Observatorio de la Publicidad Sexista la lucha contra las denuncias por discriminación de género. Hasta hace poco, predominaba la publicidad pasional, que tenía como objetivo captar la atención de la parte más sensorial del público objetivo sin considerar lo racional. A parte de toda la publicidad, centrada en la belleza del cuerpo de la mujer, a menudo las mujeres se presentan como víctimas del maltrato que necesitan un tratamiento protector, en vez de potenciar la necesidad de empoderar a las mujeres (Publicidades sexistas y buenas prácticas, 2014 a). De esta manera en la que aparecen representadas en los medios de comunicación, se puede hablar de una nueva violencia de género, que se puede denominar como racismo visual y de violencia de género visual, en la cual, la mujer se considera un objeto de deseo. Según el Observatorio de discriminación en radio, televisión, Publicidades sexistas y buenas prácticas, la violencia mediática se define como:

Publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que (...) discrimine, deshonre, humille atente contra la dignidad de las mujeres, (...) legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad (Publicidades sexistas y buenas prácticas, 2014 b).

A continuación, se observan algunos ejemplos de campañas publicitarias que transmiten patrones tradicionales sobre el género masculino y femenino. Se trata de dos imágenes y una imagen extraída de un vídeo de *youtube*,

Figura 1 Anuncio Huggies pañales Campeones & Princesas



Fuente: Mariotta, A y Saadoun, Z (2014). *El concepto de género en la publicidad: una lectura feminista basada en los aportes de Sandra Bem, Judith Butler y Susan Bordo*. Jornadas de Debate Feminista, organizadas por Cotidiano Mujer y la Red Temática de Género de la UdelaR, Facultad de Ciencias Sociales, UdelaR, Montevideo.
<https://beta.cotidianomujer.org.uy/wp-content/uploads/attachments/A%20Mariotta-%20Z%20Saadoun%20-%20DebateFeminista2014.pdf>

Figura 2 Anuncio Kinder Sorpresa niño y niña



Fuente: Flickr. (2015, julio) *Kinder sorpresa niño y niña*
<https://www.flickr.com/photos/112682086@N07/19658650729>

Figura 3 Anuncio Patitas Colegio



Fuente: Molinos Rio de la Plata (16 de octubre de 2012) *Hoy alguien quiere comer patitas* <https://www.youtube.com/watch?v=-JurpAgt02Y>

A continuación, se demuestran algunos ejemplos de lenguaje inclusivo en los medios de comunicación:

En las figuras 1 y 2 apelan a que los niños y las niñas son diferentes, la pregunta que se formula aquí es: ¿Cómo sabe la empresa Kínder el chocolate que le gustan a los niños y cuáles a las niñas?

En la figura 3 apela al rol tradicional de la mujer que era el cuidado del hogar y de los hijos.

Ejemplos recientes del uso del lenguaje sexista en los medios de comunicación:

- En abril de 2020, el poeta y periodista peruano Jaime Rodríguez Z. usó las palabras «hijo», «sole», «elle», «niñe», entre otras, en su artículo de opinión «Lo que aprendí durante el confinamiento con mi hijo adolescente no binarie» en The Washington Post. (Gracias a todes: presidente argentino, 2020) (Z, 2020 a)

- Ryan Murphy estrenó en 2018 la primera temporada que fue la primera serie con subtítulos en lenguaje inclusivo, incorporó la letra «e» tanto en español como portugués para incluir a todos los géneros (Z, 2020 b).

- El presidente de Argentina, Alberto Fernández, haciendo uso del lenguaje inclusivo en su visita a la provincia de Chaco en 2020 en un acto público, empezó su discurso diciendo: «Buen día amigos, amigas y amigos» (Z, 2020 c)

3.7 Lenguaje sexista en los medios de comunicación alemanes

A nivel social, un prejuicio popular de los alemanes sobre España es que lo consideran como el denominado «Macho-Land» es decir, un país de machos, tal y como se refleja en el periódico alemán *Mallorca Magazin* (Mallorca Magazin, 2016). Sin embargo, uno de los aspectos más interesantes es que en España mueren menos mujeres que en Alemania. Según los datos de EDJNet, que países como Italia, Alemania y Reino Unido son los países con más feminicidio de Europa. En 2018, España sorprendió al mundo, pues millones de españolas faltaron al trabajo el día de la mujer, fueron un ejemplo a seguir para muchas feministas en toda Europa. En cuanto a la inclusión del lenguaje en los medios de comunicación alemanes, hay diferentes puntos de vista (Deutschlandfunk, 2015).

Un buen ejemplo sería Daniel Deckers, el responsable de la sección de Ensayo del prestigioso diario del *Frankfurter Allgemeine Zeitung* que no le parece bien que las instituciones ignoren las normas alemanas (Mas, 2021 a).

Según los resultados de una encuesta de el periódico Spiegel, solo el 14% de los participantes considera que se debe reflejar la igualdad en el lenguaje.

Otro estudio realizado por el dominical *Welt am Sonntag* (Mas, 2021 b) el 65% de la población en Alemania se muestra en contra de usar asteriscos y otros recursos.

Según un artículo del periódico alemán *Der Tagesspiegel*, (2020) el género solo empeora la discriminación, la autora de este artículo relata que en Alemania (al igual que en España) muchas personas tienen en mente la imagen de un hombre cuando escuchan títulos de trabajo y que en Alemania usamos formas de palabras femeninas, especialmente en anuncios de trabajo o textos oficiales, para dejar claro que la profesión también la ejercen las mujeres. Solo hay un problema con esta explicación: la noción estándar de la mayoría de los títulos de trabajo no es solo la de un hombre, sino la de un hombre blanco, cristiano y heterosexual. Entonces, si se necesita una forma verbal para mujeres profesionales, ¿no se necesita también una forma verbal para profesionales judíos, negros o homosexuales con discapacidades?

La autora de dicho artículo defiende que ella siente que la distinción de géneros hace que las mujeres se sientan todavía más discriminadas. Básicamente, solo hay un

argumento realmente bueno contra el género. Desafortunadamente, es sexista. Lamentablemente, porque las personas de los géneros son fundamentalmente comprensivas. Los que cambian suelen hacerlo para señalar injusticias lingüísticas y sociales. El *gendering* es una práctica sexista que tiene como objetivo combatir el sexismo. Algunos piensan que la belleza del idioma es más importante que en la comunicación interpersonal tampoco salvará a una persona que se está ahogando, porque eso deja feas manchas de agua en la cubierta del yate. Lo peor de todo es que el idioma alemán debe protegerse de alguna manera del cambio (Walser, 2019 a).

Un dato curioso es que hay un proyecto llamado *Genderleicht.de* de la Asociación de Periodistas, el cual está financiado por el Ministerio de Asuntos Familiares alemán cuyo fin es ofrecer consejos y asistencia para escribir y hablar de forma no discriminatoria, dando visibilidad a la diversidad, pero sin estrictas regulaciones. Según Christine Olderdissen, (2019) no se trata de informes correctos, sino de informes específicos. Si un texto alude a mujeres tanto transexuales como intersexuales, se debe mencionar también de manera explícita (Walser, 2019 b). Según la opinión del catedrático André Meinunger de Berlín, defiende que el singular es más favorable al hombre y el plural más favorable a la mujer (Meinunger, 2014).

3.8 Evolución del lenguaje sexista español en la publicidad de la década de los 80/90 hasta la actualidad

Cuando se producen cambios en la sociedad española, también se producen cambios en las disciplinas, en este caso se trata de cambios lingüísticos. Algunos de ellos pueden ser la aprobación del divorcio el 22 de junio de 1981, o las parejas del mismo sexo el 30 de junio de 2005 o cuando el 5 de julio de 1985 se legalizó el aborto para determinados supuestos (EFE, 2021).

En los años 50/60 era muy frecuente encontrar en los medios de comunicación anuncios que hoy en día serían inconcebibles, un buen ejemplo sería un hombre pisando la cabeza a una mujer o frases como, por ejemplo, que es bueno tener una chica en casa. A partir de la década de los 80/90 hasta la actualidad se puede ver un cambio radical, pues cada vez hay una mayor concienciación de este tipo de anuncios. Sin embargo, según Alejandro Perales, presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), cuando vuelven a aparecer se suele hacer para generar polémica, pues hay empresas que están dispuestas a ello. Un buen ejemplo de ello sería, la campaña publicitaria de Dolce & Gabbana (2007) donde se veía como un hombre sujetaba por las muñecas a la mujer,

mientras otros cuatro lo contemplaban. Este anuncio se retiró por toda la polémica generada.

Hoy en día, apenas hay anuncios denigratorios de este tipo. Sin embargo, en la actualidad hay publicidad sexista que es a menudo desapercibida como, por ejemplo, el uso de los estereotipos, diferenciar los roles. Alejandro Perales al igual que María Jesús Girona, la presidenta de la Federación Mujeres Jóvenes, consideran que la sociedad y la publicidad van de la mano, por lo tanto, la publicidad es un reflejo de la sociedad. Así pues, gran parte de la sociedad sigue siendo inconsciente. Es cierto que se han hecho campañas para reivindicar el papel de la mujer y luchar contra los estereotipos, aunque todavía se tiene que seguir avanzando (Miranda, 2013).

Figura 4 Anuncio de bebida: ¿Quieres decir que una mujer puede abrirlo?



Fuente: Miranda, I. (19 de junio de 2013) *La publicidad sexista que ahora no veríamos.* ABC Medios. Obtenido de: <https://www.abc.es/medios/20130616/abci-sexismo-publicidad-evolucion-201306142211.html>

Según FACUA, se encarga de denunciar el machismo existente en campañas publicitarias desde 2010 a través de los premios: *El peor anuncio de 2019*.

Uno de los ejemplos puede ser el anuncio del Corte Inglés tal y como se refleja en la figura 5, con el anuncio: *97% entregada. 3% egoísmo. 0% quejas. 100% madre*. Según Facua, la idea del anuncio es que el principal rol de la mujer es estar en casa, sin quejarse (Verne, 2020).

Figura 5 Anuncio del Corte Inglés 97% entregada, 3% egoísmo 0% quejas



Fuente: Verne (10 de marzo de 2020) Los cuatro anuncios más sexistas del año, según Facua. (El País. Recuperado de: https://verne.elpais.com/verne/2020/03/10/articulo/1583849358_700554.html

Otro anuncio que generó mucha polémica fue el del gimnasio Hammer Fitness, en el cual, aparecía una mujer en ropa interior promocionando unas clases y se les ofrecía a los socios, la posibilidad de traer a una amiga (Verne, 2020).

Figura 6 Anuncio de Óptica Etnia Barcelona: Cómprate unas gafas para mirar chichis



Fuente: Verne (10 de marzo de 2020) Los cuatro anuncios más sexistas del año, según Facua. *El País*.

https://verne.elpais.com/verne/2020/03/10/articulo/1583849358_700554.html

En la figura 6, se puede reflejar a simple vista el contenido machista de este anuncio. Pues, representa a la mujer como un objeto sexual. A continuación, se procederá de manera breve a explicar la evolución del lenguaje sexista e inclusivo en la lengua alemana.

3.9 Evolución del lenguaje sexista alemán en la publicidad de la década de los 80/90 hasta la actualidad

En la actualidad, en Alemania hay una normativa legal sobre la publicidad sexista, ya que se discute con frecuencia en la prensa y en los medios de comunicación. El ministro de Justicia Federal Heiko Maas del partido Socialdemócrata de Alemania (SPD) quiere evitar la publicidad de discriminación de género. Esta resolución pretende ser una respuesta a las agresiones sexuales producidas para garantizar una imagen de género más moderna.

Sin embargo, es interesante mencionar que la Asociación de la Lengua Alemana (Verein Deutsche Sprache) discrepa de tales avances lingüísticos. La asociación, que cuenta con más de 36.000 miembros, se queja de que el lenguaje apropiado para el género produce una gran cantidad de «estructuras lingüísticas ridículas» (Walser, 2019 a).

Desde marzo de 2019, unas 73.000 personas han firmado un llamamiento de la asociación bajo el claro título Acabemos con las tonterías de género. No hay lugar en

el diccionario para el asterisco de género. A pesar de esta resistencia, ha surgido una conciencia sobre este tema, especialmente en instituciones públicas y políticas, autoridades, universidades y muchas empresas. Para textos más largos, el asterisco de género entre la raíz de la palabra y la terminación femenina se ha vuelto común en algunos contextos. Se pretende expresar masculino y femenino, pero también otras identidades de género. Y Aunque Hannover fue la primera ciudad alemana en introducir un lenguaje apropiado para el género en la administración y desde entonces ha escrito constantemente a los ciudadanos. Sin embargo, la estrella del género todavía tiene que esperar el espaldarazo. El Consejo de ortografía alemana, que publica el Duden, decidió en 2018 no incluir el asterisco en la biblia ortográfica por el momento. La razón de esto: el asterisco tiene competencia. La «brecha de género» (ciudadanos) escrita con guión bajo y la I interna (ciudadanos) también se utilizan como alternativas equitativas de género en la lengua alemana. (Walser, 2019 b)

3.10 Comparativa entre los dos países

Un hecho interesante es el artículo publicado en la revista alemana *Die Presse* que resaltaba el cambio social hacia la igualdad de la mujer en nuestro país, poniendo como ejemplo a Ana Botín, como presidenta del Banco Santander, la institución financiera más importante de nuestro país. Desde que el gobierno de Pedro Sánchez entró en 2018, hay 11 ministras en el gabinete y otras 6 ministras, lo cual, es el gobierno más femenino en toda Europa (Soriano, 2019).

En Alemania se usa la nueva estrella del género y en España se usa la x, ahora cada vez se ha vuelto más común escribir todxs que todos, según Nina Parrón, directora de Igualdad de Oportunidades en el Consell Insular de Mallorca. Según ella, España está muy por delante de Alemania en lo que se refiere a un lenguaje justo de género, en la actualidad en España se utiliza en cartas oficiales y discursos para la administración pública. A pesar del éxito, quiere seguir luchando para aprobar una ley en Baleares que prevea el lenguaje en la administración pública. Según Esperanza Bosch Fiol, profesora de psicología especializada en estudios de género, en la Universitat Balear a muchas mujeres tanto en Alemania como en España si hablamos de médicos, médicas y medicxs, pero esta forma de pensar no es la adecuada, ya que no se trata de impresiones personales, sino de justicia. A partir de 2007, fue cuando se empezó a utilizar @ como antecesor de la “x” para incluir tanto a hombres como a mujeres (Mallorca Magazin, 2016 a). En Alemania, en los

últimos años los estudiantes *Studenten* ha pasado a *Studierenden* al igual que en España de niños, podría convertirse en la infancia.

El lenguaje debe reflejar la realidad porque es lo que da forma a las culturas y conciencias, si algo nunca se menciona tampoco existe en la mente de las personas. Según Bosch Fiol, es importante que se extienda el lenguaje inclusivo en la escuela, porque de esta manera se extenderá más rápido en la calle (Mallorca Magazin, 2016 b).

En cuanto a la comparación de España y Alemania, las ministras homólogas Irene Montero y Christine Lambrecht reaccionan ante esta situación de manera muy diferente.

En Alemania, en países como Baviera han optado por eliminar multiplicidades en la terminación de las palabras y propusieron usar el lenguaje masculino neutro en todas las comunicaciones oficiales, la ministra alemana ha dado instrucciones a las instituciones, a los ministerios, a la Cancillería para que dejen el uso de asteriscos, barras, etc. En los documentos oficiales de Alemania, primero se implementó la sustitución del plural genérico y para acortarlo, se optó por el asterisco o los dos puntos para sustituir la vocal correspondiente para representar a todos los géneros, como por ejemplo, *Bürger*innen*, cuya equivalencia en castellano sería ‘ciudadanxs’ (Sánchez, 2021 a). Mientras que, en España, según nuestra ministra de Igualdad, emplear solo el masculino neutro lo considera muy machista.

Según una encuesta del instituto de estudios de opinión *Infratest Dimap*, dos tercios de los alemanes rechazan este cambio lingüístico, las razones que argumentan es que complica la lectura, sobre todo, para las personas con dificultades, además de causar problemas de aprendizaje (Sánchez, 2021 b).

Según Doris Mendlewitsch, consultora de comunicación, el asterisco de género carga los textos y las palabras sin tener nada que ver con el contenido. Según ella, la lengua no es como matemáticas, es decir, no hay una fórmula lingüística para ello, hay que tener muy en cuenta el contexto (Sánchez, 2021 c).

Según el Instituto Goethe, responsable de la enseñanza y promoción de la lengua y cultura alemana, establece la importancia del uso del lenguaje inclusivo en la enseñanza del alemán como segunda lengua (Kaupp, 2021a).

Según el Dr. Steffen Kaupp, es importante respetar la identidad de los estudiantes y visibilizar estas identidades utilizando las posibilidades que la lengua alemana ofrece para ello, como por ejemplo, la «I» intercalada, además del asterisco y el guión bajo. Sin embargo, al utilizar este tipo de lenguaje, se puede perder información gramatical. Por esa razón, se empieza a utilizar formas lingüísticas de género neutral, como, por ejemplo,

Studierende o *Lernende* o en vez de decir *der*die Chefin*, se podría decir *die Führungskraft* (la dirección). Además del uso del género de los sustantivos, también se usa *xier* como pronombre personal neutro, más información sobre este pronombre se puede encontrar en la página web de Illi Anna Hegers (Kaupp, 2021 b).

No todas las estructuras lingüísticas aparecen de manera oficial en el Duden, aunque según el Goethe-Institut los docentes deben asegurarse de que todos los estudiantes se sienten identificados y nadie se queda excluido. (Kaupp, 2021 c).

En Alemania al igual que en España, es un debate muy polémico, muchos argumentan que el asterisco proviene del lenguaje computacional, donde sirve para marcar todo tipo de cosas, el alemán se considera una lengua neutral, mientras que otras la consideran más bien masculina (Mallorca Magazin, 2016).

3.11 Conclusión del Marco Teórico y Estado de la Cuestión

A modo de conclusión del marco teórico, se puede constatar que tanto la lengua española como la alemana junto con todas las lenguas europeas tienen orígenes e historia en común, ya que todas tienen raíces en el nacimiento del feminismo. En cuanto a la normativa y las ideologías políticas, ambos países tienen en común que los partidos de derechas son los que rechazan el lenguaje sexista e inclusivo, mientras que los partidos de izquierdas se muestran más a favor de este cambio lingüístico. La Unión Europea ha respaldado esta conciencia social del lenguaje equitativo a través de la política lingüística. Aunque entiende que cada lengua tiene sus propias normas gramaticales. Este tema ha sido muy debatido en los medios de comunicación y cada medio expresa su punto de vista respecto a este tema. Así pues, los medios de comunicación son una gran herramienta para influir no solo en los pensamientos de las personas, sino en la sociedad en su conjunto. Además de los medios de comunicación, la publicidad también ha desempeñado un papel fundamental en cuanto al uso del lenguaje en la sociedad, ya que la publicidad ha contribuido a la creación de estereotipos a través de la publicidad de ciertos productos o servicios. En la actualidad, la sociedad está cada vez más concienciada sobre la influencia del lenguaje en el pensamiento a nivel social. Por eso, a partir de la década de los 80/90 hasta la actualidad se ha producido un cambio abismal con respecto a la concienciación del machismo en la sociedad. Esa es la razón, por la cual el lenguaje publicitario ha ido evolucionando a lo largo del tiempo y lo que antes había anuncios que eran totalmente

aceptados, hoy en día muchas asociaciones feministas protestarían contra este tipo de anuncios.

4) Metodología y Objetivos de investigación

La idea original de este Trabajo de Fin de Grado era llevar a cabo una investigación sobre el lenguaje sexista e inclusivo a nivel internacional, por eso se decidió comparar el lenguaje sexista e inclusivo español con el alemán y cómo lo gestiona cada país, además de eso, consistía en ver cómo influye la lengua en la sociedad, por esa razón, se decidió analizar los medios de comunicación, puesto que es una herramienta de gran utilidad de difusión del lenguaje e influencia en la sociedad, además de su contribución al cambio lingüístico y social. Los objetivos y las preguntas de investigación de este trabajo eran las siguientes:

- En español, se discute mucho sobre el género masculino como género neutro, sin embargo, ¿qué pasa en una lengua, en la cual, hay tres géneros (masculino, femenino y neutro)
- ¿Qué relación tiene el ámbito político con el cambio lingüístico?
- ¿Es la lengua la que discrimina o somos nosotros los que discriminamos?
- ¿Cómo influyen los medios de comunicación en la transmisión de la lengua y en los pensamientos de las personas?
- ¿Qué papel ha desempeñado la publicidad en los pensamientos de la sociedad?
- ¿Cómo gestionan dos culturas diferentes un cambio lingüístico?

Para responder a estas preguntas de investigación, el presente trabajo contiene una parte descriptiva, puesto que consistió en recopilar información que proporcionaban los medios de comunicación, en concreto, periódicos en España y Alemania, por ejemplo, *el país*, *ABC* y *Deutschlandfunk*, *Wiener Zeitung*, *la Vanguardia* además de consultar una tesis doctoral y guías de estilo para poder analizar cómo los medios de comunicación reflejaban el lenguaje sexista e inclusivo en ambos países. Además de los periódicos,

también se han consultado otras fuentes, como, por ejemplo, la RAE (Real Academia Española), guías de lenguaje sexista e inclusivo del ministerio alemán.

El objetivo era llevar a cabo una comparativa entre ambos países sobre cómo gestionan el lenguaje sexista e inclusivo a nivel político, social. Además de eso, también se pensó en investigar la normativa de la Unión Europea sobre este respecto, ya que como se ha investigado, ha sido un gran impulsor de este cambio lingüístico y social. Con referencia a la parte empírica, se llevó a cabo una encuesta a través de la herramienta *Microsoft Forms* a Pilar Úcar Ventura, experta en lenguaje sexista e inclusivo

El objetivo de la encuesta era averiguar la opinión de una experta en lingüística sobre la evolución del lenguaje sexista e inclusivo, cómo influye la lengua en la cultura, el papel que desempeña en la sociedad y las perspectivas del lenguaje sexista e inclusivo en un futuro. En resumen, consistía en generar mis propios datos a través de las fuentes primarias de los periódicos y del cuestionario realizado para conseguir los resultados a través de la observación de los hechos. El término empírico tiene sus orígenes en la palabra griega *empeirikos* que significa regirse por la experiencia, hace referencia a lo pragmático, lo práctico, lo experimental, lo contrario de empírico alude a la teoría, la hipótesis, la especulación. Las dos grandes contribuciones del empirismo fueron en primer lugar, por invención de Aristóteles y luego por el filósofo inglés.

Con respecto a cualitativo o cuantitativo, se trata de un estudio cualitativo, puesto que durante la investigación se recopilaron datos e información de los diferentes periódicos, guías de estilo y normativas de gobiernos que no son numéricos y el cuestionario se utilizó para recoger discursos completos con el fin de poder interpretarlos, estos resultados no pretenden ser representativos, puesto que solo se analiza la opinión de una persona experta y se analiza la información obtenida de medios de comunicación concretos, es decir, está delimitado, puesto que mi población de estudio era analizar la opinión de un experto del lenguaje, y la muestra solo ha sido 1 persona.

Según los autores Blasco y Pérez (2007:25-27), los métodos cualitativos aportan más datos descriptivos a medida que se interpretan los enunciados de las personas, ya sean orales o escritos (eumed.net Enciclopedia virtual, 1998).

Además de eso, consiste en un estudio deductivo, es decir, se trata de partir de una hipótesis general para poder llegar a unas conclusiones específicas, permite establecer un

vínculo entre la teoría y la observación. Otro método de gran utilidad para la investigación es el método inductivo, al contrario que el método deductivo, consiste en ir de lo específico a lo general. Este método nació en la filosofía griega por mérito de Sócrates, procede de la palabra en latín «*de ducere*» basado en el razonamiento y la lógica, Aristóteles lo utilizó para el silogismo aristotélico, es decir, defendía que, de dos afirmaciones generales, se puede llegar a una conclusión.

No obstante, fue evaluado más tarde por Francisco Bacon. Esto supuso una gran contribución al nacimiento de la investigación moderna científica, él defendía que no se debía aceptar siempre verdades absolutas por el mero hecho de provenir de autoridades, pues uno de los objetivos de este TFG se pretende investigar si deben ser los políticos o las autoridades lingüísticas quienes lleven la última palabra en cuanto al lenguaje sexista e inclusivo, para llegar a las conclusiones y resultados finales, se ha procedido a revisar los principios generales de instituciones como la RAE, la Unión Europea, tras haber revisado la información proporcionada de estas dos instituciones, se procedió a revisar la información proporcionada de los periódicos alemanes y españoles, las preguntas del cuestionario se basaron en la información recopilada previamente.

Por todas las razones expuestas, se decidió realizar un estudio cualitativo, deductivo y con una gran parte descriptiva y una pequeña parte empírica, pues se consideró que, en primer lugar, se debe recopilar y analizar la información existente para poder formular las preguntas concretas del cuestionario.

Tras haber realizado el cuestionario, se procedió al análisis del contenido. Esta parte consistió en partir de los objetivos y las preguntas de investigación para desarrollar las preguntas concretas para la encuesta. De este modo, se presentó las respuestas para cada una de las preguntas y los datos destacables para terminar con unas conclusiones generales.

Por último y no menos importante, se procedió a hacer una revisión final del trabajo completo después de haber escrito la conclusión con los resultados finales.

5) Análisis y discusión

De conformidad con lo expuesto en la metodología, los datos cualitativos se obtuvieron, por un lado, con la información proporcionada de los periódicos y por otro lado, a través de la encuesta realizada a Pilar Úcar Ventura. Los resultados

de la encuesta fueron los siguientes: Ante la pregunta de investigación: ¿Qué relación tiene el ámbito político con el cambio lingüístico? La pregunta concreta que se formuló fue la siguiente:

1ª ¿Piensa que los políticos tienen el poder de decidir sobre los cambios lingüísticos deberían ser los profesionales del lenguaje los que consideren lo que es apropiado y lo que no?

La respuesta fue la siguiente: Los políticos promueven y promocionan términos ayudados por las redes y los medios de comunicación y su lenguaje también se refleja en la RAE pero de su incorporación y permanencia acerca de las palabras, las autoridades lingüísticas tienen la última palabra.

2ª ¿Considera que la Unión Europea tiene potestad para marcar unas pautas lingüísticas a nivel general o cada país debería decidir sobre su propia lengua?

La respuesta fue la siguiente: Sería interesante y un circo observar a los eurodiputados dirimir asuntos lingüísticos.

Ante la pregunta de investigación, ¿qué papel ha desempeñado la publicidad en los pensamientos de la sociedad? La pregunta concreta que se formuló fue:

Como usted bien sabe, la lengua sexista e inclusiva aún no está reconocido por la RAE ¿piensa que se deberían marcar unas normas para el uso del lenguaje en la publicidad? Y la pregunta: ¿Cómo influyen los medios de comunicación en la transmisión de la lengua y en los pensamientos de las personas?

La respuesta fue: De la misma manera que se regula por ley contenidos e imágenes publicitarias, el lenguaje de la publicidad ha de someterse a una normativa, sin duda. Y no solo lingüística sino cívica.

- Ante la pregunta de investigación: ¿Es la lengua la que discrimina o somos nosotros los que discriminamos?

La pregunta concreta fue: **¿Piensa que la lengua española discrimina a otros géneros o somos nosotros los que utilizamos el lenguaje con el fin de discriminar?**

La lengua es muy sabia y parece que va lenta en relación a la velocidad de la sociedad. Pero es necesario calibrar el valor y la repercusión de las palabras. Sí, indiscutiblemente en la comunicación intervienen muchos factores y uno muy importante es la intención a la hora de emitir el mensaje. El lenguaje es un arma muy poderosa que podemos emplear con distintos fines.

Otra pregunta fue: **Según la catedrática de filología inglesa llamada Mercedes Bengoechea dijo en 2011, que «lo que no se nombra, no existe» ¿Piensa que la lengua es la que cambia a la realidad o es la realidad de la sociedad la que transforma el lenguaje?**

Fundamental esa afirmación que no discuto. Lo que no se nombra no existe, sin duda. Primero existe la realidad y luego la necesidad de nombrarla.

Ante la pregunta de investigación: ¿Cómo gestionan dos culturas diferentes un cambio lingüístico?

La pregunta concreta fue: **¿Piensa que la sociedad española es una de las más progresistas o piensa que la sociedad española es más bien conservadora?**

A mí me parece que tenemos mucha suerte de haber nacido en este país gracias a la evolución de la sociedad, que la veo madura incluso obediente. Muy sensata y se refleja en su lenguaje.

Ante la pregunta de investigación: En español, se discute mucho sobre el género masculino como género neutro, sin embargo, ¿qué pasa en una lengua, en la cual, hay tres géneros (masculino, femenino y neutro)

La pregunta concreta fue: **Con referencia al masculino genérico, ¿piensa que en algunos contextos podría hacer invisible a la mujer? Podría proporcionar un ejemplo.**

A la mujer hay que visibilizarla no solo en el lenguaje sino en la realidad en el día a día y en su profesión igualar sus derechos y oportunidades al varón. Es un trabajo duro y llevará mucho tiempo. El ejemplo: de los padres para referirse a madre y padre.

Como conclusión general de la encuesta realizada a Pilar Úcar Ventura, se puede constatar que, aunque la sociedad y los políticos promuevan un cambio lingüístico, siempre deben ser las autoridades lingüísticas las que deben decidir sobre lo que es apropiado o no. Asimismo, la Unión Europea puede influir en este cambio, sin embargo, cada lengua tiene sus propias normas y cada país tiene sus autoridades lingüísticas, que son las competentes para decidir sobre ello. Tanto la publicidad como los medios de comunicación son instrumentos de transmisión e influencia, por los cuales, a través del lenguaje influyen en los pensamientos de las personas. Por tanto, también se debe regular y controlar el lenguaje en los medios de comunicación y en la publicidad. Ante el gran debate de si es el lenguaje el que es sexista o si somos nosotros, es innegable tanto los factores como la intención que intervienen en un proceso comunicativo, por esa razón, la lengua y la cultura van de la mano, no obstante, como bien ha mencionado Pilar Úcar Ventura hay que calibrar el valor y la repercusión de las palabras, empleando la lengua como un gran instrumento para aplicar con distintos fines, ya que tal y como lo refleja en la hipótesis de Sapir y Whorf la lengua influye en nuestros pensamientos. Además de eso, es importante tener en cuenta que la lengua está en constante cambio a medida que la sociedad avanza y con una constante influencia de otras lenguas. Por último y no menos importante, también se debe tener en consideración que la sociedad española se considera una de las más progresistas a nivel social. Por tanto, refleja la evolución del papel de la mujer en la sociedad, por consiguiente, esto se refleja también en la lengua.

6) Conclusiones y propuestas

Tras la información recopilada tanto periódicos españoles y alemanes como de autoridades lingüísticas de prestigio como la RAE, entre otras, se ha podido comprobar que la manera en la que utilizamos el lenguaje influye en nuestra forma de pensar a nivel social, además de eso, es frecuente la confusión entre los términos lenguaje sexista, lenguaje inclusivo, género, sexo. Otro aspecto que se debe tener en cuenta es el androcentrismo, puesto que no todas las lenguas se expresan de la misma manera. Una creencia común es que el lenguaje sexista e inclusivo es un fenómeno actual, sin embargo, se puede constatar que tuvo sus primeros orígenes en los años 60. En la actualidad, el lenguaje sexista e inclusivo ha sido un debate muy polémico a nivel político, por regla general, los partidos de izquierda suelen estar más a favor sobre este cambio lingüístico, mientras que los partidos de derecha se caracterizan por ser más conservadores con la lengua, a menudo la

política choca con las normas gramaticales impuestas por autoridades lingüísticas. Una diferencia entre España y Alemania es que en España tenemos una autoridad lingüística reguladora que es la Real Academia Española. Sin embargo, en Alemania no tienen un equivalente, en cambio, tienen asociaciones y entidades lingüísticas, pero sin una autoridad lingüística reguladora.

Uno de los grandes impulsores del cambio lingüístico ha sido la Unión Europea dando orientaciones generales sobre el uso de determinados términos, un buen ejemplo, sería reducir el tratamiento de señorita o *fraulein*, que se utilizaba para las chicas jóvenes que no estaban casadas, además de eso, también ha elaborado guías de estilo para impulsar un lenguaje neutral en la medida de lo posible, respetando las normas gramaticales de cada lengua, en el caso del alemán y de las lenguas románicas, son lenguas con marca de género, por ello, se ha intentado crear equivalentes femeninos para cargos profesionales, los cuales por tradición eran ocupados por hombres, excepto algunas profesiones como por ejemplo enfermera en alemán *Krankenschwester* no tiene un equivalente en masculino como en español enfermero. También impulsa la generalización del masculino genérico, por ejemplo, en vez de decir los profesores, se puede decir el profesorado. De esta manera, se pretende incluir a todas las personas cuya profesión es la docencia independientemente del género u orientación sexual.

Con respecto a los medios de comunicación, se puede confirmar que los medios de comunicación son un gran instrumento de difusión del lenguaje, además de la importancia de investigar los diferentes puntos de vista con referencia al lenguaje sexista e inclusivo y cómo estos influyen en nuestros pensamientos, puesto que los medios pueden ayudar a concienciar a la población. Otro aspecto importante es la manera en la que los medios de comunicación pueden crear ciertos estereotipos, un buen ejemplo sería el estereotipo que se tiene en Alemania de España como el país de los machos o la creencia de que en España mueren muchas más mujeres que en Alemania, sin embargo, hay estadísticas que afirman lo contrario (Deutschlandfunk, 2020).

Además de los medios de comunicación, la publicidad en determinados anuncios ha desempeñado un papel muy importante a la hora de transmitir ciertos estereotipos, como por ejemplo, los productos de limpieza iban asociados a hombres, mientras que productos caros como coches de alta gama iban asociados a hombres por regla general. Desde la década de los 80/90 empezó la sociedad a concienciarse de este tipo de anuncios, antes de

esa época era muy frecuente encontrar anuncios que hoy en día serían inconcebibles. No obstante, sigue habiendo anuncios machistas, por ello, FACUA (Organización de Consumidores y Usuarios) es responsable de denunciar el machismo en la publicidad, en Alemania hay una normativa legal sobre la regularización del sexismo en la publicidad.

Un aspecto interesante de investigar para un futuro es haciendo comparativas entre lenguas y países, ya que en la aldea global en la que vivimos es imposible que no haya influencia entre las distintas lenguas y culturas. Cada lengua representa su propia visión del mundo, su propia etimología, normas gramaticales. Por esa razón, no se debe aplicar una norma universal para todas las lenguas debido a las diferentes características de cada una. En el caso de Alemania y España, se ha podido comprobar lo diferente que ambas ministras han reaccionado ante esta situación.

No obstante, se debe tener en cuenta el criterio de los lingüistas, ya que ellos son los que entienden la evolución del lenguaje, al igual que se consulta a un médico, cuando uno se pone enfermo. Por eso, en el caso de los cambios lingüísticos, por un lado, la sociedad y los políticos pueden promover ciertos cambios, pero siempre deben ser las autoridades lingüísticas las que tengan la última palabra.

Otro aspecto interesante para una futura de investigación más extensa es si el lenguaje es el que discrimina o somos nosotros los que utilizamos el lenguaje para discriminar, ya que la lengua es un instrumento de transmisión de ideas, conceptos creados por nosotros, también es cierto que la lengua a veces no refleja de manera directa los cambios sociales, por eso se dice que va un poco lenta, aunque hay que saber calibrar el valor y la repercusión de las palabras. Primero hay que crear la realidad, pero luego es esencial nombrar esa realidad para poder reflejarla y visibilizarla de manera apropiada.

7) Referencias

Agencia EFE (2019) *Grijelmo: los genéricos masculinos no invisibilizan a la mujer en el lenguaje*. Fundéu RAE: <https://www.fundeu.es/noticia/grijelmo-los-genericos-masculinos-no-invisibilizan-a-la-mujer-en-el-lenguaje/>

Alemany, L (2019) La '-e' como género neutro es un acto político, no lingüístico. *El Mundo* <https://www.elmundo.es/cultura/literatura/2019/12/20/5dfbb74921efa0fd2d8b467>

Apuntes para la Igualdad (2015) *Lenguaje no sexista en medios de comunicación y publicidad*. pp 1-8

Asensi, J. (2020). La ideología del lenguaje inclusivo. *magisterio*.
<https://www.magisnet.com/2020/06/la-ideologia-del-lenguaje-inclusivo/>

Beile, M. (2021) Sexismus in der Sprache: Zu viel wird unreflektiert *Bild der Frau*. <https://www.bildderfrau.de/familie-leben/article231715985/Sexismus-in-der-Sprache.html>

Bolívar, A. (2019). Una introducción al análisis crítico del 'lenguaje inclusivo'.

Literatura y lingüística. versión impresa ISSN 0716-5811 DOI
<http://dx.doi.org/10.29344/0717621x.40.2071>

Chorny, R (2017) El buen uso de la lengua en el periodismo llega a Argentina *Fundéu BBVA*. <https://www.bbva.com/es/buen-uso-lengua-periodismo-llega-argentina/>

Cruz, L. F. (2020). Explicador ¿Qué es el lenguaje inclusivo? *ColombiaCheck*. <https://colombiachek.com/investigaciones/explicador-que-es-el-lenguaje-inclusivo>

EFE (2021) El divorcio cumple 40 años en España: esta y otras leyes que cambiaron el país para siempre. *20 Minutos*.
<https://www.20minutos.es/noticia/4737146/0/el-divorcio-el-aborto-la-eutanasia-estas-son-las-leyes-que-cambiaron-espana-para-siempre/>

Eumed.net Enciclopedia Virtual (1998) *Metodología cualitativa*.
https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cualitativa.html

Fernández, A. (2020). Gracias a todes: presidente argentino *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/mundo/gracias-todes-dice-el-presidente-argentino-durante-acto-publico>

Frauenmorde in Europa/ Wenn das Geschlecht Gefahr bedeutet (2020) *Deutschlandfunk* <https://www.deutschlandfunk.de/frauenmorde-in-europa-wenn-das-geschlecht-gefahr-bedeutet-100.html>

Flickr. (2015, julio) *Kinder sorpresa niño y niña*
<https://www.flickr.com/photos/112682086@N07/19658650729>

Fundación Cermi Mujeres. (2018). Guía para un uso no sexista del lenguaje, incluye una mirada al empleo y a la discapacidad: Recuperado de <https://www.cermi.es/sites/default/files/docs/novedades/GUIA.pdf>

Gendern macht die Diskriminierung nur noch schlimmer.
(2020). *Tagesspiegel*. <https://www.tagesspiegel.de/kultur/deutschland-ist-besessen-von-genitalien-gendern-macht-die-diskriminierung-nur-noch-schlimmer/26140402.html>

González, F. (2022). Para una lengua sexista un lenguaje inclusivo. *El Español*.
https://www.elespanol.com/blog_del_suscriptor/opinion/20220127/lengua-sexista-lenguaje-inclusivo/645755419_7.html

Grijelmo, Á. (2018). No es sexista la lengua, sino su uso *El País*.
https://elpais.com/cultura/2018/02/23/actualidad/1519389008_808351.html

GRIN Wissen finden publizieren. (2009). *Sexismus in der Zeitung Analyse des sprachlichen Sexismus in der chilenischen Zeitung*
<https://www.grin.com/document/176791>

Hellinger, M. (2000). Feministische Sprachpolitik und politische Korrektheit - der Diskurs der Verzerrung. *Goethe-Universität Frankfurt am Main*.
https://www.journalistinnen.de/wpcontent/uploads/2017/01/2003_gender_hellinger.pdf

Kaupp, D. S. (2020). *Lenguaje inclusivo en la enseñanza del alemán como lengua extranjera*. Goethe-Institut
<https://www.goethe.de/ins/es/es/kul/mag/21967217.html>

Küpper, B. (2018). Das Thema Gender im Rechtspopulismus – empirische. *Femina Politica, Budrich Journals*: DOI
<https://doi.org/10.3224/feminapolitica.v27i1.06>

Lenguaje no sexista o inclusivo: ¿qué es y cuáles son sus criterios? (2020) *funespaña*: <https://www.funespana.es/lenguaje-inclusivo-no-sexista/>

Lomotey, B. A. (2015). *El sexismo lingüístico e implicaciones reformistas para la Lengua: Una perspectiva crítica del Español y un estudio colateral del Ga*. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Facultad de Filología, Departamento de lengua Española y Lingüística http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Filologia-Balomotey/ADOKARLEY_LOMOTEV_Benedicta_Tesis.pdf

Lozano. P (2016) Macho Land Spanien? *Mallorca Magazin*. <https://www.mallorcamagazin.com/nachrichten/lokales/2016/01/24/44685/die-sprache-pragt-unser-bewusstsein.html>

Machuca, F. (2021). ¿Qué es el lenguaje inclusivo? ¿Por qué usarlo y cómo usarlo? *Crehana*. <https://www.crehana.com/es/blog/negocios/que-es-el-lenguaje-inclusivo/>

Macho-Land Spanien? Sexismus in der Sprache (2016). *Mallorca Magazin*. <https://www.mallorcamagazin.com/nachrichten/lokales/2016/01/24/44685/die-sprache-pragt-unser-bewusstsein.html>

Marcos, A. Centenera, M. (2019) Les amigos' del lenguaje inclusivo *El País*. https://elpais.com/cultura/2019/12/21/actualidad/1576920741_401325.html

Mariotta, A y Saadoun, Z (4-6 de junio de 2014). *El concepto de género en la publicidad: una lectura feminista basada en los aportes de Sandra Bem, Judith Butler y Susan Bordo*. Jornadas de Debate Feminista, organizadas por Cotidiano Mujer y la Red Temática de Género de la UdelaR, Facultad de Ciencias Sociales, UdelaR, Montevideo. <https://beta.cotidianomujer.org.uy/wp-content/uploads/attachments/A%20Mariotta-%20Z%20Saadoun%20-%20DebateFeminista2014.pdf>

Martínez-Lirola, M. (2010). Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación. *PalabraClave*, Universidad de La Sabana Vol.13 Núm 1 https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1641/2_076

Mas, S. M. (2021). Christoph Ploß :la lengua debe unir y acercar en lugar de dividir. *NIUS* <https://www.niusdiario.es/internacional/europa/christoph-ploss-conservador->

rebela-contra-lenguaje-inclusivo-aleman-cdu_18_3145545400.html

Meinunger, A. (2014). Wie sexistisch ist die deutsche Sprache?
Welt

<https://www.welt.de/wissenschaft/article117770814/Wie-sexistisch-ist-die-deutsche-Sprache.html>

Miranda, I. (2013) La publicidad sexista que ahora no veríamos. *ABC Medios*.
<https://www.abc.es/medios/20130616/abci-sexismo-publicidad-evolucion-201306142211.html>

Papadimoulis, D. (2008) Un lenguaje Neutral en cuanto al género. Parlamento Europeo.
https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/187095/GNL_Guidelines_ES-original.pdf

Pérez, Viejo, J. (2012). Lenguaje sexista en los medios de comunicación. *Grupo 5*
<https://www.grupo5.net/lenguaje-sexista-en-los-medios-de-comunicacion/>

Publicidades sexistas y buenas prácticas 2014 (2014). Observatorio de la discriminación en Radio y Televisión <http://www.obserdiscriminacion.gob.ar/publicidades-sexistas-2014/>

Real Academia Española. (2022). *Definición de Sexista*
<https://dle.rae.es/sexista>

Real Academia Española. (2001). *lenguaje*
<https://www.rae.es/drae2001/lenguaje>

Real Academia Española (2020) *Informe sobre el uso del lenguaje inclusivo en la Constitución española, elaborado a petición de la vicepresidenta del gobierno*. N^o14

https://www.rae.es/sites/default/files/Informe_lenguaje_inclusivo.pdf

Salazar, S. G (2008) *El lenguaje sexista en los medios de comunicación*. Universidad de Málaga
https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/susana_salazar.pdf

Sánchez, R. (2021) Alemania reniega del lenguaje inclusivo mientras España se entrega al «todas y todes». *ABC Sociedad*
<https://www.abc.es/sociedad/abci-alemania-reniega-lenguaje-inclusivo-mientras->

espana-entrega-todas-y-todes-202110100053_noticia.html

Schlitz, B. Christoph (2019) EU will sexistische Wörter vermeiden. *Welt*
Recuperado de: <https://www.welt.de/politik/article3476268/EU-will-sexistische-Woerter-vermeiden.html>

Schmincke, I. (2018). Frauenfeindlich, sexistisch, antifeministisch? Begriffe und Phänomene bis zum aktuellen Antigenderismus. *Bundeszentrale für politische Bildung bpb.* :
<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/267942/frauenfeindlich-sexistisch-antifeministisch-begriffe-und-phaenomene-bis-zum-aktuellen-antigenderismus/?p=all>

Scholz, K.A (2021) El gran debate sobre el lenguaje inclusivo en Alemania. *DW for Minds.* <https://www.dw.com/es/el-gran-debate-sobre-el-lenguaje-inclusivo-en-alemania/a-58254857>

Semenova J, Evdokimova O. (2021) Was hat Angela Merkel für Frauen erreicht? *Deutsche Welle:*
<https://www.dw.com/de/was-hat-angela-merkel-f%C3%BCr-frauen-erreicht/a-59258871>

Soriano, J (2019) Adiós, Machos!, tónt es in Spanien. *Die Presse:*
<https://www.diepresse.com/5591849/bdquoadios-machosldquo-toent-es-in-spanien>

Verne (2020) Los cuatro anuncios más sexistas del año, según Facua. *El País.*
https://verne.elpais.com/verne/2020/03/10/articulo/1583849358_700554.html

Vox rechaza el lenguaje inclusivo trufado de ideología de género y urge cambiar las normas para volver a la lógica (2019). *Andalucía europa press*
<https://www.europapress.es/andalucia/noticia-vox-rechaza-lenguaje-inclusivo-trufado-ideologia-genero-urge-cambiar-normas-volver-logica-20190704143705.html>

Walser, F. (2019). Gendern: Wie gerecht ist die deutsche Sprache?
deutschland.de

<https://www.deutschland.de/de/topic/wissen/gendern-wie-gerecht-ist-die-deutsche-sprache>

Z, J. R. (2020). Opinión: Lo que aprendí durante el confinamiento con mi hijo adolescente no binario. *The Washington Post*. Recuperado de:
<https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2020/04/20/lo-que-aprendi-durante-el-confinamiento-con-mi-hijo-adolescente-no-binario/>